Comment former et gérer des groupes d'écoute radiophonique efficaces

le 23 septembre 2014 de Ensemble de ressources 99 (https://scripts.farmradio.fm/fr/ensemble-de-ressources/99/)

Notes au radiodiffuseur

Enregistrez et révisez cette ressource sous forme de document Word. (http://frrp.wpenginepowered.com/wp-content/uploads/099-10-Comment-former-et-gérer-des-groupes-d_écoute-radiophonique-efficaces.docx)

Note du rédacteur : Ce guide pratique propose une méthode éprouvée et authentique destinée à former et à gérer des groupes d'écoute efficaces, qui s'inspirent de plusieurs années d'expérience vécues en Zambie. Au lieu de le considérer comme un « schéma » strict à suivre, les usagers pourront y trouver des informations utiles pour constituer et consolider les groupes d'écoute radiophonique, en toute circonstance. Les principes généraux de formation et de gestion des groupes d'écoute sont bien établis et varient peu. Cependant, d'autres approches peuvent être aussi efficaces dans certains cas. Nous avons mentionné des méthodes différentes dans certaines sections du document.

Texte

Introduction

Les communautés rurales, en général, et les agriculteurs et les agricultrices d'exploitations agricoles, en particulier, valorisent la radio qui, selon eux, est une source d'information fiable et importante pouvant leur permettre d'améliorer leurs moyens de subsistance. Ils ou elles s'arrangent toujours pour écouter la radio. Certains agriculteurs et certaines agricultrices emportent même leurs postes radio au champ.

Toutefois, la radio peut avoir un meilleur impact lorsque des personnes ayant des intérêts communs, dont l'agriculture, la santé ou la politique, l'écoutent en groupe. Cela est réel, d'autant plus qu'elles peuvent discuter de ce qu'elles ont entendu, partager leurs expériences et planifier aussi les mesures qu'elles doivent prendre.

Une émission agricole permet de réunir les agriculteurs et les agricultrices d'exploitations agricoles et de les encourager à essayer de nouvelles méthodes agricoles. Pour les producteurs et les productrices d'émissions agricoles, ils ou elles seront encouragés de savoir que leur émission est suivie par l'auditoire ciblé.

Pour ces raisons, le fait d'aider les agriculteurs et les agricultrices d'exploitations agricoles à écouter leur émission agricole préférée en groupe est l'une des tâches majeures que doit accomplir un producteur ou une productrice d'émission agricole. (*Note de la rédaction: dans ce guide pratique destiné aux radiodiffuseurs, on suppose que le producteur ou la productrice interagira avec les groupes d'écoute. Mais, d'autres employés de la radio peuvent jouer ce rôle.*) Les pages suivantes expliquent la meilleure façon d'y arriver.

Inconvénients des pratiques d'écoute d'émissions radiophoniques traditionnelles

C'est génial d'écouter tout seul ou toute seule une émission agricole efficace. Cependant, cette pratique comporte de nombreuses limites par rapport à l'écoute en groupe. Un des plus grands inconvénients s'explique par le fait que, étant donné que l'écoute est informelle, elle ne se fait pas de façon régulière en général. L'auditeur ou l'auditrice ne dispose d'aucun soutien des pairs, et ne peut donc pas dépendre du groupe pour résumer ou discuter du contenu de l'émission après sa diffusion.

À moins que l'émission n'offre des moyens efficaces aux auditeurs et aux auditrices d'interagir sur les ondes avec l'animateur et les invités, les auditeurs et les auditrices ne peuvent pas facilement obtenir des explications sur d'éventuelles questions vagues. L'auditeur ou l'auditrice ne peut pas non plus créer un plan d'action, interagir, ni tisser des liens avec le producteur ou la productrice. Par conséquent, la majorité des informations de l'émission ne seront ni entièrement retenues ni utilisées.

Avantages de l'écoute radiophonique en groupe

Les groupes d'écoute d'émissions agricoles permettent aux agriculteurs et aux agricultrices qui partagent un intérêt commun de se réunir pour partager leurs expériences. Les agriculteurs et les agricultrices peuvent discuter du contenu de l'émission pour mieux le comprendre. Ils et elles peuvent également s'encourager et s'entraider pour adopter de nouvelles et de meilleures pratiques agricoles présentées durant l'émission.

L'émission agricole devient un pôle d'attraction qui réunit les membres du groupe régulièrement. Ensemble, ils peuvent tenter de trouver des réponses à leurs problèmes de production, de transformation et de commercialisation, tout en se positionnant mieux dans la chaîne de valeur agricole. Ils peuvent communiquer avec le producteur ou la productrice plus efficacement en tant que groupe et devenir des participants actifs dans la conception de l'émission agricole et la sélection des thèmes qui les intéressent.

L'avantage pour le producteur ou la productrice est qu'il ou elle peut se rapprocher davantage du public cible, et se concentrer plus sur les besoins d'informations spécifiques de ce dernier. Le producteur ou la productrice peuvent facilement effectuer des visites de suivi chez les groupes, en vue d'évaluer l'impact de l'émission et procéder aux ajustements nécessaires.

Organisation des groupes d'écoute radiophonique agricoles

La constitution de groupes d'écoute doit toujours être une initiative commune convenue entre le producteur ou la productrice et son public cible. Avant de se joindre à un groupe d'écoute, il serait préférable que les agriculteurs et les agricultrices évaluent les avantages de l'écoute en groupe, qu'ils ou elles soient prêtes et prêtes à apporter des modifications à leurs calendriers de travail et prêts et prêtes à participer à toutes les activités du groupe.

Évaluation: La première étape, avant même de lancer une émission agricole, consiste à évaluer la pertinence de cette dernière. Les auditeurs et les auditrices des communautés rurales s'attendent à avoir une émission agricole produite et présentée régulièrement. Les producteurs et les productrices ne doivent jamais décider du format ou du contenu de l'émission, mais ils ou elles doivent toujours essayer de connaître les questions pertinentes pour les auditeurs et les auditrices.

Ainsi, un producteur ou une productrice doit effectuer au départ une recherche sur son public. Cette recherche vise à déterminer les habitudes d'écoute de public cible et l'accès du public aux autres sources d'informations comme la radio, le cellulaire, la télévision et même l'Internet. En outre, il importe de collecter des renseignements sur la distance qui sépare les villes, la qualité des routes, l'accès au téléphone, le contact avec les services de vulgarisation, la familiarité avec les activités de développement et le niveau d'éducation.

L'enquête initiale: Cette enquête peut être assez simple. Il existe diverses ressources. Par exemple: le Guide de l'évaluation participative de la communication rurale de la SADC qui offre des outils utiles.

Le producteur ou la productrice peut commencer l'enquête en réalisant un entretien téléphonique sur quelques thèmes importants. Il ou elle peut, à partir des réponses obtenues lors de l'entretien téléphonique, préparer un questionnaire plus détaillé qui sera utilisé sur le terrain dans le cadre d'entretiens individuels et de groupe avec les groupes cibles.

L'enquête doit révéler au producteur le type d'émissions que le public cible souhaite écouter, ainsi que les jours et les horaires durant lesquels la majorité des auditeurs et des auditrices préfèrent que l'émission soit diffusée. Il est également important de déterminer la disposition des auditeurs et des auditrices à écouter les émissions en groupe, la disponibilité des postes radio et les défis les plus probants au succès des groupes d'écoute. Une étude sur les croyances culturelles, traditionnelles et religieuses et les activités productives auront une grande incidence sur la pertinence d'un groupe d'écoute pour une collectivité.

À la fin de l'enquête, le producteur ou la productrice pourra jauger la volonté des populations à participer activement à la formation et la gestion des groupes d'écoute. Cela inclut leur disposition à se réunir dans un lieu spécifique chaque fois que l'émission est diffusée et à participer aux activités de groupe. De plus, le producteur ou la productrice connaîtra également l'auditoire cumulé de la station et le nombre de groupes à constituer.

Formation des groupes: Il est conseillé de commencer par quelques groupes dans des lieux stratégiques de la zone desservie par les programmes de la station. Cela facilitera la gestion, les relations avec les groupes, ainsi que l'appui qui leur est apporté et leur suivi. Des groupes supplémentaires peuvent être constitués plus tard en fonction du taux de réussite enregistré avec les groupes pilotes.

La constitution d'un groupe doit tenir compte de nombreux facteurs clés. Tout d'abord, il faut savoir que chaque groupe doit comprendre des personnes vivant l'une à côté de l'autre et partageant des intérêts et des valeurs similaires. Chaque groupe doit comprendre quinze à vingt personnes. Il est plus difficile d'assurer la pérennité des plus grands groupes. *(Note de la rédaction: les groupes plus restreints regroupant 10 à 15 membres peuvent être aussi être efficaces).*

Souvent, il est plus facile et plus pratique d'identifier des groupes déjà en place, dont les groupements agricoles, les unions des mères, et bien d'autres, et de leur demander de songer à ajouter un «groupe d'écoute» à leurs activités plutôt que d'en créer un nouveau.

Direction : Chaque groupe doit choisir ses responsables, y compris un président, un secrétaire et un trésorier. Une autre personne doit être nommée en qualité d'agent ou d'agente d'information responsable des campagnes publicitaires et de la communication.

Le producteur ou la productrice doit éviter de trier des personnes sur le volet pour ces postes, mais il ou elle doit seulement faciliter le processus. Il est important de respecter la dimension sexiste pendant ce processus.

Site et ressources: Le choix d'un site convenable pour les séances d'écoute est une décision importante qui incombe aux membres du groupe. Un groupe peut décider d'alterner ses lieux de rencontre ou tout simplement avoir un lieu unique de rencontre.

Il se pourrait que le groupe décide parfois de se réunir sous un arbre du village. Cependant, en raison du climat, il est généralement conseillé à chaque groupe de se construire un abri adapté.

Chaque groupe doit décider de la manière dont il se procurera un poste radio. Certains membres pourraient proposer leurs postes personnels, surtout au début des rencontres. Les piles de radio posent généralement un grand problème. Le groupe doit trouver le moyen de collecter des fonds pour acheter des piles et satisfaire d'autres besoins.

Quelquefois, une station de radio peut demander à des personnes de bonne volonté de lui offrir une station. Dans ce cas, la station la plus adaptée sera, en général, une station alimentée à l'énergie éolienne ou solaire. Les ONG et d'autres organismes font parfois don de postes radio comme les radios Freeplay (portative jaunes rechargeables au soleil) lorsqu'ils travaillent sur des projets locaux ou nationaux. Malheureusement, les gens ne prennent pas souvent soin du matériel qu'ils ont reçu sous forme de dons, et cela entraîne une mauvaise utilisation, un mauvais entretien et des défaillances précoces.

En revanche, le producteur ou la productrice peut encourager les groupes à participer à des activités de collecte de fonds pour acheter un poste et des piles. Ces activités peuvent également générer des fonds pour l'achat d'articles de papeterie pour le secrétariat, et pour l'organisation de journées portes ouvertes et d'autres besoins. C'est pour ce type d'activités qu'un groupe doit avoir un trésorier.

Séances de formation destinées aux groupes d'écoute radiophonique

Lorsque les groupes sont constitués, les membres doivent suivre une formation sur la gestion et le maintien durable de leurs groupes. En commençant par quelques groupes pilotes, le producteur ou la productrice et la station de radio peuvent organiser des séances de formation sur un site central pour tous les responsables de groupe.

Les aspects les plus importants de la formation portent sur l'élaboration des règlements intérieurs qui régiront les groupes et des procédures à respecter lors de chaque séance d'écoute. La formation doit mettre l'accent sur les points suivants:

a. les membres doivent se réunir au lieu de rencontre à un moment approprié afin de pouvoir partager leurs expériences en attendant le début de l'émission;

b. le secrétaire doit tenir un journal ou un registre pour enregistrer:

1. les présences à chaque réunion,

2. les questions examinées; et

3. les résolutions adoptées.

*La station de radio pourrait concevoir un registre uniforme à cet effet pour l'usage de tous les groupes. Il s'agit d'un outil très important pour le suivi et l'évaluation.

Il est bon qu'une personne soit désignée en qualité de modérateur ou de médiateur de groupe. Elle encouragera les échanges après la diffusion d'une émission et définira la façon dont le groupe fera parvenir ses rétroactions à la station. Le modérateur ou la modératrice pourrait être un membre du groupe ou une personne externe, telle qu'un agent ou une agente de vulgarisation. Les groupes peuvent utiliser des cellulaires, une tribune téléphonique désignée à cet effet et d'autres TIC pour leurs rétroactions à la station.

Soutien aux groupes d'écoute radiophonique

Pour être efficaces, les groupes d'écoute ont besoin d'être accompagnés par la station radio. Ce soutien peut se traduire par une aide visant à permettre aux groupes de trouver de bons postes radio et par l'apport de fournitures spéciales destinées aux rétroactions et aux évaluations. S'il s'avère qu'un groupe d'écoute a besoin d'un appui pour certaines de ces opérations, la station peut dispenser des formations pour assurer le bon fonctionnement des groupes.

Cependant, la manière la plus pratique dont les stations peuvent soutenir les groupes d'écoute est que le producteur ou la productrice soit sensible à leur besoin d'information. Le producteur ou la productrice peut être attentif ou attentive à ce que les groupes d'écoute recherchent et concevoir les émissions en fonction de leurs besoins. L'enregistrement des échos des agriculteurs constitue un moyen d'y parvenir. Les enregistrements doivent se dérouler hors studio, car les agriculteurs et les agricultrices communiquent plus clairement et efficacement dans un environnement qui leur est familier que dans un studio. Les échos des agriculteurs et des agricultrices doivent représenter un gros segment de l'émission agricole. Les sorties sur le terrain et les discussions avec les agriculteurs et les agricultrices, l'écoute de leurs échanges et les questions posées sur leurs besoins et ce qu'ils ou elles souhaitent entendre à la radio sont d'autres moyens pouvant permettre de connaître leurs attentes.

Par ailleurs, pendant que le producteur ou la productrice communique avec les groupes, il ou elle doit identifier leurs besoins en termes d'information et coopérer avec des personnes ressources et des «spécialistes» d'émissions agricoles, y compris les agents et les agentes de vulgarisation, les chercheurs et les chercheuses agricoles, le personnel des ONG, et surtout, les agriculteurs et les agricultrices eux-mêmes. Ces spécialistes peuvent donner des réponses ou des explications sur les questions ayant trait aux agriculteurs et aux agricultrices, à savoir les nouvelles techniques, le temps, les changements climatiques, le marché, etc. Toutefois, le temps d'antenne alloué à ces spécialistes doit être réduit au strict minimum et régi par le besoin. Il ne doit jamais dépasser le temps alloué aux échos des agriculteurs et agricultrices.

Initiatives indépendantes sur les groupes d'écoute

Si les groupes d'écoute utilisent des postes radio ordinaires, leur plus grand défi sera de se procurer des piles. En outre, les radios, y compris celles qui leur ont été données, peuvent tomber en panne et avoir besoin d'être réparées. Des fonds seront également nécessaires pour les fournitures du secrétariat et pour l'affichage d'avis public d'événements.

Une station de radio n'a pas toujours les moyens de subvenir à ses besoins financiers. Par conséquent, les groupes doivent savoir ou apprendre comment organiser des activités de financements pour faire face à leurs besoins. Ils pourraient aménager un champ, un jardin ou une exploitation d'élevage communautaires et utiliser les recettes de la vente des produits pour satisfaire leurs besoins. Une autre solution serait que les membres louent leurs services à d'autres personnes, en cultivant ou en allant faire les récoltes dans le champ d'un agriculteur ou d'une agricultrice moyennant une rémunération.

Rétroaction

Il est important pour un producteur ou une productrice d'avoir régulièrement une rétroaction des activités sur le terrain. Cela leur permettra d'ajuster le format et le contenu de l'émission agricole, afin de l'adapter davantage aux auditeurs et aux auditrices. La rétroaction démontrera également si les agriculteurs et les agricultrices écoutent activement en groupe ou pas.

Pour mieux gérer ce volet, le producteur ou la productrice doit diffuser les coordonnées de la station lors de chaque émission, en particulier les numéros de téléphone. Étant donné que le temps et le budget alloués pour le téléphone au producteur ou à la productrice sont limités, et comme les lignes téléphoniques peuvent facilement être encombrées, il est préférable d'encourager les auditeurs et les auditrices à envoyer leurs questions ou leurs commentaires par SMS. Autrement, les lignes téléphoniques peuvent être saturées, et le temps et le budget alloués pour la communication téléphonique du producteur ou de la productrice peuvent être ainsi surtaxés. Un registre doit être tenu pour toutes les communications entrantes, et le producteur ou la productrice doivent noter et répondre à toutes les questions posées par l'auditeur ou l'auditrice au téléphone ou sur la prochaine émission.

Une mesure plus formelle consiste pour les stations de radio à concevoir un formulaire de rétroaction spécial sur lequel figureront les renseignements suivants:

1. le nom du groupe d'écoute et leur zone,
2. le nombre total de membres,
3. les membres participant à chaque séance d'écoute,
4. les commentaires des auditeurs et auditrices après avoir écouté l'émission,
5. les points importants soulignés lors des échanges ayant fait suite à l'écoute, et
6. les résolutions et les plans d'action adoptés par le groupe.

Les formulaires de rétroaction doivent être remplis en deux exemplaires et les originaux envoyés à la station de radio à la fin de chaque mois. Ces formulaires fourniront un nombre de renseignements cruciaux sur ce que les agriculteurs et agricultrices attendent de l'émission agricole. Ils permettront aussi au producteur ou à la productrice d'ajuster l'émission en fonction de ces attentes.

Suivi et évaluation

Le producteur ou la productrice doit rester en contact avec tous les groupes. Il peut le faire à travers des tribunes téléphoniques, une gestion assidue des formulaires de rétroaction et des visites de terrain régulières, en particulier lors de l'enregistrement des échos des agriculteurs et agricultrices.

Cependant, de temps en temps, il est nécessaire d'inviter une personne externe pour réaliser une évaluation impartiale de l'impact exercé par les groupes d'écoute. Heureusement, plusieurs organismes et services d'éducation sont prêts à soutenir de telles initiatives.

Conclusion

Les groupes d'écoute radiophonique se sont avérés être des moyens très efficaces d'atteindre les collectivités rurales, y compris celles qui sont marginalisées et mal desservies. Le système fonctionne très bien pour le ministère de l'Agriculture de la Zambie depuis qu'il a été présenté pour la première fois par George Atkins, fondateur de RRI, en 1967.

Les groupes d'écoute peuvent servir à tous les producteurs et toutes les productrices de toutes les émissions communautaires relatives à l'agriculture, la santé et l'assainissement, et même la bonne gouvernance!

Acknowledgements

Rédaction : Filius Chalo Jere, Community Markets for Conservation (COMACO)

> Home (https://itswild.org/)

Filius Jere a été le premier à former des groupes d'écoute pour les services d'informations agricoles nationales (ministère zambien de l'Agriculture) après s'être formé auprès de George Atkins, fondateur de RRI, en 1972. Il supervise actuellement 992 groupes d'écoute radiophonique au profit de la COMACO et produit deux émissions agricoles hebdomadaires sur Breeze FM à Chipata, en Zambie. La devise des groupes est : Écouter, discuter et agir.

Révision : Karen Hampson, agente principale de programme, Programmes d'impact et Agro Radio Hebdo, Radios Rurales Internationales, et Freyhiwot Nadew, représentant pays de Radios Rurales Internationales en Éthiopie.

Information sources

Évaluation participative de la communication rurale : commencer par les populations : un guide préparé par Chike Anyaegbunam, Paolo Mefalopulos et Titus Moetsabi pour le Centre de communication pour le développement de la SADC disponible en ligne à ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/008/y5793e/y5793e00.pdf. Vous pouvez écrire à SDRE@fao.org pour demander une copie.

Cet élément a été rédigé avec le soutien d'Irish Aid.

Programme réalisé avec l'appui financier du gouvernement du Canada fourni par l'entremise du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD)

Scripts radio connexes

Textes radiophoniques

La longue saison sèche : Conte de la cupidité et de l'ingéniosité

le 23 mars 2006

(https://scripts.farmradio.fm/fr/texte-radiophonique/la-longue-saison-seche-conte-de-la-cupidite-et-de-lingeniosite/)

Textes radiophoniques

En dansant, c'est vous qui soulevez la poussière : Commercialisation et transformation des arachides

le 24 avril 2014

(https://scripts.farmradio.fm/fr/texte-radiophonique/en-dansant-cest-vous-qui-soulevez-la-poussiere-commercialisation-et-transformation-des-arachides-episode-1/)

Textes radiophoniques

C'est dans le besoin qu'on reconnaît ses vrais amis : Maintenir vos arachides exemptes de la contamination par l'aflatoxine.

le 14 novembre 2013

(https://scripts.farmradio.fm/fr/texte-radiophonique/cest-dans-le-besoin-quon-reconnait-ses-vrais-amis-maintenir-vos-arachides-exemptes-de-la-contamination-par-laflatoxine-partie-i-charite-bien-ordonnee-commence-par-soi-meme/)

Charitable Registration Number (BN) 11888 4808 RR0001

© 2026 Farm Radio International (https://farmradio.org/). All Rights Reserved.